

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin pesatnya perkembangan teknologi komunikasi menimbulkan pesat pula tumbuhnya media baru seperti media *online*, perkembangan internet sebagai new media (*the second media age*) menandai periode baru dimana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat (littlejohn:2009:413). Keberadaan internet sebagai jalur informasi dan komunikasi menjadi jalur alternatif bagi setiap orang, dengan kemudahannya membagikan informasi dan menerima informasi dimanapun dan kapanpun dalam mengaksesnya.

Berbagai konsep yang menggagas mengenai media baru tidak serta merta dapat menjabarkan apa yang dimaksud dengan *new media*. Selama ini ketika kita menyatakan *new media*, dan memahami konsep ini sebagai media baru yang berarti media yang baru, fresh, dan berbeda, berarti kita membuat dikotomi bahwa media ini memang mempunyai perbedaan dengan media media yang sudah ada sebelumnya (Santoso:2016:351).

Salah satu yang menurut Flew membuat *new media* ini sah dikatakan sebagai media baru adalah karena dalam karakternya terdapat konvergensi yang membuat new media memang mempunyai kebaruan. Dalam konvergensi, media baru menyatukan media-media yang sudah muncul sebelumnya. Manifestasi dari konvergensi ini oleh Flew dijabarkan bahwa paling mudah ditemukan dalam internet. Konsep dari internet inilah yang nantiya dipahami sebagai media baru (Santoso:2016:351).

Dalam praktiknya, media massa memiliki manajemen media yang terbagi menjadi dua yakni Bagian Redaksi dan Bagian Perusahaan. Bagian Redaksi bertugas dalam mengatur, mengolah data sehingga produk berita yang disampaikan dapat tepat dan benar di mata pembacanya. Peran manajemen redaksi dalam hal ini sangat menentukan mau di bawa kemana berita yang dibawa oleh wartawan nantinya.

Dalam jurnalnya (Febriani: 2010) mengatakan menurut Stefanus Akim, manajemen redaksi adalah proses antar orang yang merupakan satu kesatuan secara efektif dalam sebuah organisasi media massa untuk mencapai tujuan atau sasaran. Manajemen keredaksian meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, kompensasi integrasi dan pemeliharaan sdm dengan tujuan membantu tercapainya tujuan atau sasaran organisasi (pers) individual dan masyarakat.

Dalam sebuah media, dewan redaksi sangat berpengaruh karna merupakan satu kesatuan dari manajemen redaksi, untuk menghasilkan output atau produk berita yang bagus, baik dalam *content* berita maupun pada sumberdaya manusia itu sendiri. Berita tidak lahir begitu saja, karna berita lahir hasil konstruksi realitas sosial. Produksi sebuah berita dipengaruhi oleh proses seleksi berita atau lebih dikenal dengan teori *gatekeeper*, serta pembentukan berita dengan mengkonstruksi sebuah realitas (Febriani:2010).

Berita hadir dari sebuah proses produksi berita, proses produksi berita dilakukan oleh bagian khusus yaitu bagian redaksional media, maka dari itu peranan manajemen redaksi dalam sebuah media sangatlah penting. Media online lahir selain karna kemajuan teknologi komunikasi yang pesat juga di pengaruhi

oleh munculnya konvergensi media. Konvergensi antara teknologi komputer, telekomunikasi, elektronika, media massa, dengan seni inilah yang menumbuhkan kenisacayaan *New Media* (media online).

Konvergensi media adalah pengintegrasian atau penggabungan media-media yang ada untuk diarahkan dan digunakan kedalam satu titik tujuan, dimana konvergensi media di akibatkan oleh adanya perkembangan teknologi komunikasi digital. Semakin besar perubahan terjadi maka media akan memunculkan konten lebih banyak dan beragam, sehingga *newsroom* dituntut untuk terus berinovasi. Tidak terlepas dari kaidah-kaidah jurnalistik dalam menyampaikan sebuah berita, media dituntut harus tetap menyampaikan berita yang aktual dan faktual.

Dalam jurnalnya (nastiti:2012) mengatakan, menurut Straubhaar dan LaRose Konvergensi media juga berimplikasi pada perubahan struktur industri media massa yang cenderung mengarah kepada *cross-ownership* atau kerja sama kepemilikan. Pergeseran struktur industri ini diakibatkan oleh tuntutan produksi konten multimedia yang harus terdistribusi dalam berbagai *platform* media, baik media cetak, siar, maupun *online*. Konvergensi kepemilikan media memainkan peranan penting dalam menentukan konsolidasi antar pemain dalam industri media karena berorientasi pada skala ekonomi produksi, yang berarti produk-produk media yang terkonvergen berpotensi menjadi produksi massal.

Dalam kamus besar bahasa Indonesia konvergensi berarti keadaan menuju satu titik pertemuan. Sedangkan konvergensi media adalah penggabungan atau menyatunya saluran keluar (*outlet*) komunikasi masa, seperti media cetak, radio, televisi, internet bersama teknologi portable dan interaktifnya, dan berbagai platform presentasi digital. Dalam arti yang lebih singkat konvergensi media adalah

bergabungnya berbagai jenis media yang sebelumnya dianggap terpisah dan berbeda misalnya surat kabar, televisi, radio, komputer kedalam sebuah media tunggal.

Kemajuan yang dihasilkan oleh teknologi informasi memungkinkan sebuah media memfasilitasi aktivitas komunikasi interpersonal yang termediasi. Dalam bukunya Mc Millan (2004); pada saat internet muncul dipenghujung abad 21, masyarakat masih mengidentikkannya sebagai “*tools*” alias alat semata dan bukan sebagai media tersendiri yang memiliki kemampuan interaktif. Sifat *interactivity* dari penggunaan media konvergen telah melampaui kemampuan potensi umpan balik (*feedback*), karena pengakses media konvergen secara langsung memberikan atas informasi yang disampaikan.

Karakteristik komunikasi massa tradisional dimana umpan baliknya tertunda menjadi sedikit demi sedikit lenyap karena kemampuan interaktif media konvergen. Sifat *interactivity* media komunikasi baru (SMCRE = *Source-Message-Chanel-Receiver-Effect/Feedback*) komunikasi massa kurang relevan lagi untuk media konvergen.

Dalam konteks yang lebih luas konvergensi media juga sesungguhnya bukan saja memperlihatkan kian cepatnya perkembangan teknologi. Konvergensi mengubah hubungan antara teknologi, industri, pasar, gaya hidup dan khalayak. Singkatnya, konvergensi merubah pola-pola hubungan produksi dan konsumsi, yang penggunaannya berdampak serius pada berbagai bidang seperti ekonomi, politik, pendidikan dan kebudayaan, perubahan ini ditandai dengan meningkatnya penggunaan konvergen media secara luas.

Konvergensi media tidak hanya berdampak dibidang penyiaran saja. Dibidang jurnalistik misalnya saat ini juga mengalami perubahan yang cukup

signifikan. Jurnalis masa kini dituntut mampu menyegarkan penyampaian informasi yang diperoleh dan mengirimkannya ke khalayak. Maka, masyarakat sekarang mengenal apa yang disebut sebagai jurnalisme online, Abrar (2003 dalam Hermawan, 2009). Teknologi komunikasi terbukti mampu mempercepat pengiriman informasi kepada khalayaknya. Di sisi lain, jurnalisme online juga memampukan wartawan untuk terus menerus meng-update informasi yang mereka tampilkan seiring dengan temuan-temuan baru di lapangan (JuliJanti; 2012).

Salah satu contoh fenomena konvergensi media yang terjadi adalah yang dikutip dari jurnalnya (Febriani; 2010) dituliskan bahwa surat kabar Harian Umum (H.U) Republika yang dilahirkan oleh kalangan komunitas muslim bagi publik di Indonesia yang terbit perdana pada 4 Januari 1993. Surat kabar yang berdiri dibawah bendera perusahaan PT Abdi Bangsa, menurut pengamat menunjukkan bahwa perkembangan teknologi informasi yang terus berlanjut merupakan salah satu ujian bagi kemahiran manajemen di masa depan ialah kemampuannya memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut.

Begitu pun dengan Harian Umum Republika. Perkembangan teknologi informasi yang pesat, membuat Republika turut hadir dalam versi Republika online dengan menjalani fungsi manajemen redaksi secara independen. Sejarah kelahiran Republika online Tepat pada hari kemerdekaan, 17 Agustus 1995 Republika online berdiri sebagai media online pertama yang siap akses di Indonesia. Peresmian Republika Online waktu itu diresmikan oleh Alm. Soeharto di Jakarta Convention Center (JCC).

Konvergensi media adalah pergabungan antara teknologi komunikasi tradisional dengan teknologi komunikasi yang baru. Penggabungan tersebut menjadikan bentuk informasi yang tersaji bisa berupa teks, audio, atau visual. Pada tahun 1990-an, internet masih relatif baru di Indonesia, tetapi sudah menunjukkan perkembangan yang menarik.

Dalam penelitian ini fenomena yang menjadi penelitian saya adalah munculnya media online yang diciptakan oleh surat kabar Harian Surya yaitu SuryaMalang.com. Harian Surya adalah surat kabar yang terbit di Surabaya, Jawa Timur sejak 10 November 1989. Sebelumnya terbit dalam format majalah, lalu Harian Surya terbit 24 Halaman dan fokus melayani pembaca di Jawa Timur salah satunya kota Malang.

Koran Harian Surya merupakan salah satu media cetak dibawah Grup Kompas-Gramedia yang bergerak dalam bidang Penerbitan surat kabar lokal. Di bawah Grup Kompas-Gramedia, seluruh surat kabar ini berada dalam satu jaringan yang disebut pers Daerah (Persda) yang berdiri sejak tahun 1994.

Seiring dengan tumbuhnya perkembangan teknologi internet, Surya mulai memanfaatkan sarana internet untuk tampilan dalam media online dalam alamat situs surabaya.tribunnews.com situs berita ini menyajikan berita-berita dari Harian Surya dalam tampilan lebih singkat, dengan update berita lebih cepat dan secara *real-time*, khususnya berita nasional, olahraga, lifestyle dan berbagai macam berita lainnya.

Harian Surya memiliki kantor cabang biro Malang yang berada di Jl. Sultan Agung No.4, Kidul Dalem, Klojen, Kota Malang, Jawa Timur. Harian Surya selain fokus pada surat kabar, Surya juga serius mengembangkan divisi pemberitaan online atau yang kita sebut *news media* (portal berita). Sejak 2014,

Harian Surya mengembangkan portal online untuk Malang Raya dengan nama SuryaMalang.com.

Dalam hal itu SuryaMalang.com berisikan tentang berita-berita aktual yang terjadi disekitaran kota Malang, selain pemberitaan tentang malang, SuryaMalang.com juga memiliki banyak rubrik-rubrik di dalamnya. Seperti, berita Nusantara, Surabaya, jatim, arema, bisnis dan lain-lain.

Harian surya mencoba mengikuti perkembangan zaman di era digital saat ini, dengan mengembangkan sayapnya pada pemberitaan media online (portal berita). Sehingga peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Penenerapan Konvergensi Media Pada Proses Redaksi Media Online (Studi Pada SuryaMalang.com)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini adalah “Bagaimana Penerapan konvergensi media pada proses redaksi media online SuryaMalang.com ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan penerapan konvergensi media pada proses redaksi media online SuryaMalang.com

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan, baik secara akademis maupun praktis.

1. Manfaat Akademis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam menambah khasanah kajian-kajian ilmu komunikasi khususnya tentang portal berita atau media online.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengertian tentang manajemen keredaksian media online.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai konvergensi media.
- d. Diharapkan dapat menginformasikan perkembangan dalam dunia jurnalistik dan industri media

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam melakukan kajian atau penelitian dengan pokok permasalahan yang sama serta bahan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan langsung dengan penelitian ini.